



■ **MOBIBASE** : lancement de One TV, bouquet de 20 chaînes « made-for-mobile »

Satellifax / résumé : Mobibase a lancé cet été dans l'offre Gallery d'Orange les premières chaînes composant One TV, bouquet de 20 chaînes « made-for-mobile », qui devrait être repris, dans les prochains mois, sur SFR et Bouygues. A chaque chaîne (contenus courts, formatés pour le mobile) sont associés VoD et goodies, dans un modèle économique qui mêle publicité et offre payante.

La société **Mobibase** a présenté hier à la presse **One TV**, son « bouquet TV 100 % mobile », soit **20 chaînes de télévision mobile** dont les premières sont reprises depuis cet été dans l'offre **Gallery d'Orange World**. Et devraient arriver sur SFR d'ici fin 2007 et chez **Bouygues** à la mi-2008. Le développement de ce bouquet, sur laquelle la société travaille depuis 18 mois, est basé sur un marché qui « évolue très vite » avec une durée moyenne de consultation moins de **30 minutes mensuelles** ; toutefois, « l'offre actuelle sur ce marché (diffusion de chaînes existantes, ndlr) n'est pas adaptée en format et en durée », a expliqué **Vincent Roger**, cofondateur et dg de Mobibase.

L'un des « fondamentaux » de **One TV** est donc d'être un bouquet de chaînes « made-for-mobile » (accessibles aux détenteurs d'appareil **3G, Edge**), c'est-à-dire proposant des « contenus essentiellement courts » et « alternatifs » à ceux proposés par les chaînes historiques. Autre spécificité : outre des événements (sportifs, culturels) qui viendront animer le bouquet, « chaque chaîne a trois points d'entrée », a souligné **Laurent Sarver**, l'autre cofondateur de la société, président du conseil de surveillance et responsable marketing de **One TV**. Parallèlement à la chaîne streamée sont proposés de la **VoD** et des **goodies**. Si la chaîne et la **VoD** sont proposées sans surcoût par rapport à l'abonnement à l'offre mobile de l'opérateur, les **goodies** (sonneries, etc.) sont disponibles pour un prix variant de **1 à 5 €**. Le modèle économique mêle donc financement par la publicité/sponsoring et offre payante, avec un système de partage de revenus avec les ayants droit prévoyant un reversement de **15 à 50-60 %** du chiffre d'affaires selon les contenus et de **30 %** à l'opérateur pour les **goodies**, a également précisé **Laurent Sarver**.

Six thématiques ciblées jeunes, technophiles, masculins

En matière de contenus, **One TV** s'adresse avant tout à une cible urbaine, jeune (**15-35 ans**), **technophile** et **masculine**. Le bouquet, « résolument positionné loisirs », a décliné **six thématiques** : **Movie** (extraits de films d'horreur sur **Stream TV**, de films de Bollywood sur **Bollywood TV**), **Music** (**Street TV**, **Song TV**), **News** (**Météo TV**, **News TV**, **Gaming TV**, **Technikart**), **Glamour** (**Bikin TV**, **Glitter TV**), **Fun** (**Joke TV**, **Crazy TV**, **Perso TV**, **Choc TV**, **Guts TV**, **Entrevue TV**) et **World** (**Fiesta TV**, **Chinese TV**, **No Distance TV**, **Afro TV**).

Les chaînes, dont la grille est composé de **2 à moins de 8 h**

de programmes multidiffusés (avec renouvellement partiel hebdomadaire ou mensuel selon les cas) diffusent des contenus de plusieurs sortes : émissions récurrentes (le **Dirty Show** sur **Street TV**), programmes produits en interne, acquis (avec droit de reformatage) ou provenant de partenariats. Comme **Lagardère Active** pour **Choc TV**, **Guts TV** et **Entrevue TV**, **System TV** pour la chaîne évasion/découverte, **No Distance TV**, **Technikart** pour la chaîne éponyme et **l'AFP** qui fournit 100 % des contenus de **News TV**. Par ailleurs, **One TV** propose un événement **Miss rugby** en partenariat avec **tf1.fr**.

One TV devrait également s'enrichir de nouvelles chaînes ; sont d'ores et déjà annoncées pour cette fin d'année deux chaînes de sport (**Fight TV** et **Boardriver TV**) et **Tokyo Pop**, chaîne manga US. Tandis que, parallèlement à **Perso TV**, dédiée aux contenus générés par les utilisateurs, le bouquet devrait, « dans une prochaine version », proposer **My One TV**, une interface wap/web permettant l'envoi de vidéos. **Mobibase** est également « en cours de réflexion », avec des discussions avec des sites et magazines, sur des développements à destination du public féminin, misant sur l'attrait sur ces cibles des nouveaux terminaux, type **iPhone**. « Nous nous sommes fixé une trentaine de chaînes en 2008 », a-t-il ajouté, précisant que l'autre priorité de la société est de « développer de plus en plus de contenus premium ».

Un coût de développement de 1 M€

Le bouquet « vise au minimum, à fin 2008, **100 000 visiteurs uniques actifs par mois**, soit **800 000 sessions TV et VoD** », a précisé la société, et ne prévoit pas d'atteindre la rentabilité avant **2009-2010**. **Mobibase**, qui utilise sa propre plate-forme technique et a conclu un partenariat avec la société canadienne **Bluestreak** pour le player, évalue à **1 M€** le coût de développement du bouquet (aspect technique, production et acquisitions de contenus). Elle a d'ailleurs à cet effet levé des fonds, en janvier dernier, auprès de **Banexi Venture Partners** (**2,4 M€**), qui reste toutefois actionnaire minoritaire. Et si une nouvelle levée de fonds n'est « pas d'actualité à court terme », elle le sera à « moyen terme », a-t-il estimé. **Mobibase**, qui gère les droits mobiles de **540 producteurs de contenus de 45 pays**, compte **360 clients** (opérateurs, éditeurs de services mobiles) dans **60 pays**, pour un chiffre d'affaires en 2006 de **3,38 M€**, a aussi indiqué la société.